

## 10 Fragen an... André Möllersmann



André Möllersmann, Director *Brand Licensing by Burda* © HBM

Burda – das sind über 11.000 Menschen, alle mit ganz verschiedenen, spannenden Aufgaben. In der Interview-Reihe „10 Fragen an...“ stellen wir Mitarbeiter aus den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen vor, damit Sie Burda und die Kollegen noch besser kennenlernen.

Heute haben wir uns mit André Möllersmann, Director *Brand Licensing by Burda* in München, unterhalten. Lesen Sie, was André antreibt, worauf er stolz ist und worauf er auf keinen Fall verzichten möchte, wenn er morgens ins Büro kommt.

### **Was genau machen Sie bei Hubert Burda Media?**

Ich bin zuständig für den Bereich *Brand Licensing*, die Inhouse-Lizenz-Agentur von Hubert Burda Media, und damit für die Entwicklung und Umsetzung von Lizenzprodukten, kommerziellen Markenkooperationen und Live-Markenerlebnissen. Wir wollen unsere Marken mit individuellen Konzepten mit Konsumenten in Kontakt bringen und dabei neue Erlösfelder erschließen.

### **Wann und warum sind Sie zu Burda gekommen?**

Begonnen habe ich im Sommer 2012, nachdem ich knapp ein Jahr zuvor von einem Headhunter auf die Stelle angesprochen wurde und dann in die Gespräche eingestiegen bin. Mich hatte es gereizt, dieses neue Geschäftsfeld für Burda zu erschließen und einen neuen Bereich sozusagen aus dem Nichts aufzubauen. Burda war zu der Zeit noch viel dezentraler als heute und es gab viele Herausforderungen – doch genau das war der Reiz der Aufgabe.

### **Wenn Sie Brand Licensing mit drei Worten beschreiben müssten, welche wären das?**

Kreativität, Innovation und Geschäftssinn.

### **Welche Kompetenzen braucht man, um Ihren Job zu machen?**

Als ich zu Burda kam, hatte ich bereits einige Erfahrungen im Aufbau neuer Geschäftsfelder in klassischen, dezentralen Organisationsformen. Das hat sehr geholfen. Zudem glaube ich, dass kaufmännische Kenntnisse sehr wichtig sind und die Bereitschaft, Risiken einzugehen. Und ansonsten braucht es viel Optimismus und das Wissen, dass irgendwie immer etwas geht – und vor allem ein Team aus sehr engagierten Kolleginnen und Kollegen, die Freude an den Themen haben, die wir machen dürfen.

### **Auf welches Projekt sind Sie besonders stolz?**

Wir haben im letzten Jahr mehr als 100 Projekte umgesetzt mit fast ebenso vielen Partnern. Und trotz der Vielzahl gibt es immer wieder Highlights. Mein aktuelles Highlight ist die Kooperation, ein Co-Branding, zwischen Dawid Tomaszewski und McDonald's, die wir initiiert und mit den Marken *Bunte*, *Bunte.de*, *Freundin* und *InStyle* begleitet haben. Das ist unsere erste große Partnerschaft mit einer unserer Celebrity-Marken und einem großen Partner – es war gleichzeitig ein Test-Case, wie wir solche Kooperationen zukünftig aufsetzen. Die Partnerschaft wurde vor wenigen Tagen im Rahmen der Fashion Week der Öffentlichkeit vorgestellt und alle Beteiligten waren begeistert.

### **Was ist Ihr nächstes, großes Ziel, auf das Sie hinarbeiten?**

Wir wollen in diesem Jahr unsere Kreativität sowie unser Burda-weites Netzwerk verstärkt einsetzen, um die Verlage bei der Erschließung von neuen Geschäftsfeldern noch umfassender zu unterstützen. Wir haben so viele Ideen und gleichzeitig eine kommerzielle Ausrichtung, was eine sehr gute Grundlage dafür darstellt. Und es gibt auch schon erste Projekte, die wir in den nächsten Wochen konkretisieren werden.

### **Welcher Rat hat Ihnen auf Ihrem bisherigen Weg besonders geholfen?**

Die Erkenntnis, dass Mut belohnt wird und man in seinem Leben das machen sollte, was einem Freude bereitet und auch mal fordert. Es war das Ergebnis nach einer Woche „Seitenwechsel“ – das ist eine Art „Praktikum“, das Führungskräften von Firmen im

norddeutschen Raum angeboten wird und ihnen die Möglichkeit gibt, in eine vollkommen andere Lebenswelt einzutauchen. Man soll dadurch aus seiner persönlichen Komfortzone heraustreten und sich selbst in Verhaltensmustern oder Wertvorstellungen hinterfragen. Ich war eine Woche auf einer Palliativstation und habe in der Zeit viel hinterfragt und gelernt. Das Programm kann ich sehr empfehlen.

**Was würden Sie Berufseinsteigern Ihrer Branche mit auf den Weg geben?**

Probiert Euch aus, schaut nach Möglichkeiten, bringt Euch ein und seid mutig.

**Auf was können Sie im Arbeitsalltag auf keinen Fall verzichten?**

Auf mein Team – das sind wirklich sehr tolle Kolleginnen und Kollegen. Und auf mein iPhone.

**Wie schalten Sie in Ihrer Freizeit am besten ab?**

Am besten kann ich beim Laufen abschalten. Das hilft, um den Kopf frei zu bekommen. Ich versuche mindestens ein bis zwei Mal pro Woche zu laufen. Oder sonntags in unsere Gemeinde zu gehen. Das erdet und hilft mir ebenfalls, die Gedanken wieder neu zu sortieren und auszurichten.

von **Angelika Otto**

Senior Editor - Corporate Communications

[angelika.otto@burda.com](mailto:angelika.otto@burda.com)



Kategorie **Karriere**

Schlagwörter **10 Fragen an, André Möllersmann, Brand, Burda, by, Licensing**

Adresse (URL) **<https://www.burda.com/de/news/10-fragen-andre-mollersmann/>**